

**PENGARUH NILAI YANG DIRASAKAN PELANGGAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP NIAT
MENGUNJUNGI KEMBALI RESTORAN FISH STREAT DI
JAKARTA**

**RIESTI AGUSTINA
8135162132**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER PERCEIVED VALUE AND
CUSTOMER SATISFACTION ON REVISIT INTENTION OF
FISH STREAT RESTAURANT IN JAKARTA**

**RIESTI AGUSTINA
8135162132**



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**This Thesis is Written as a Qualification to Get an Education Bachelor
Degree in Faculty of Economics, State University of Jakarta**

**BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

ABSTRAK

RIESTI AGUSTINA, Pengaruh Nilai yang Dirasakan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali Restoran Fish Streat di Jakarta. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara nilai yang dirasakan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap niat mengunjungi para pelanggan kembali restoran Fish Streat. Penelitian ini dilakukan di Jakarta, selama 6 (enam) bulan terhitung sejak bulan Januari sampai dengan Juni 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei menggunakan *online* kuesioner untuk didistribusikan kepada 150 pelanggan restoran Fish Streat sebagai sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis jalur (*path analysis*) dengan hasil persamaan struktural yang didapatkan yaitu $Z = 0,665Y + 0,288X + \epsilon_2$. Berdasarkan analisis data secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yang didapat sesuai dengan semua hipotesis yang diajukan.

Kata Kunci: Nilai yang Dirasakan Pelanggan, Niat Mengunjungi Kembali, Restoran Fish Streat

ABSTRACT

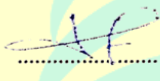

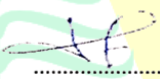
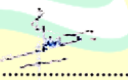

RIESTI AGUSTINA, *The Influence of Customer Perceived Value and Customer Satisfaction on Revisit Intention of Fish Streat Restaurant in Jakarta. Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.*

The purpose of this study was to determine the effect between the customer perceived value and customer satisfaction on the revisit intention the customers of the Fish Streat restaurant. This research was conducted in Jakarta, for 6 (six) months from January to June 2020. This study used a quantitative approach with a survey method using an online questionnaire to be distributed to 150 Fish Streat restaurant customers as a research sample using the purposive sampling method. The data analysis technique used is path analysis with the results of the structural equation obtained, namely $Z = 0.665Y + 0.288X + \varepsilon_2$. Based on overall data analysis, it can be concluded that the research results obtained are in accordance with all proposed hypotheses.

Keyword: *Customer Perceived Value, Revisit Intention, Fish Streat Restaurant*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
<p>PenanggungJawab Dekan Fakultas Ekonomi</p>  Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Rvna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003 (Ketua)		6 Agustus 2020
2	<u>Rahmi, S.E., M.S.M</u> NIP.198305012018032001 (Sekretaris)		6 Agustus 2020
3	<u>Dra. Dientie Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001 (Penguji Ahli)		6 Agustus 2020
4	<u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		6 Agustus 2020
5	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E. M.M</u> NIDN. 8854660018 (Pembimbing 2)		6 Agustus 2020
<p>Nama : Riesti Agustina No. Registrasi : 8135162132 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 27 Juli 2020</p>			

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 27 Juli 2020



Riesti Agustina

NIM. 8135162132



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Riesti Agustina
NIM : 8135162132
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis
Alamat email : Riesti.agustina@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Nilai yang Dirasakan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat

Mengunjungi Kembali Restoran Fish Street di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Agustus 2020

Penulis

(Riesti Agustina)

nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, karena berkat segala nikmat dan rahmat yang diberikan-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Nilai yang Dirasakan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali Restoran Fish Streat di Jakarta” disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar sarjana pada program studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa penulisan proposal penelitian ini tidak lepas dari bantuan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada peneliti selama pemnyusunan proposal penelitian.
2. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran kepada peneliti selama pemnyusunan proposal penelitian.
3. Usep Suhup, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing Akademik
4. Ryna Parlyna, MBA, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis
5. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi khususnya Dosen Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu-ilmu kepada peneliti dalam masa penyusunan

7. proposal penelitian.
8. Ibu saya tercinta, yaitu Ibu Mariyah yang selalu memberikan doa dan semangat kepada peneliti.
9. Dhita, Firna, Larasati, Ratna, Saharah, Clara, Risna dan Cyndy yang telah memberikan semangat dan motivasi serta membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
10. Seluruh mahasiswa Pendidikan Bisnis 2016 yang telah memberikan semangat dan membantu peneliti selama penulisan proposal penelitian.

Jakarta, Juni 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kebaruan Penelitian	9
BAB II	11

KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Latar Belakang Teori.....	11
1. Niat Mengunjungi Kembali	11
2. Kepuasan Pelanggan	13
3. Nilai yang Dirasakan Pelanggan	16
B. Kerangka Teori dan Hipotesis	31
1. Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2. Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali	32
3. Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali ...	32
4. Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali melalui Kepuasan Pelanggan	33
BAB III	35
METODE PENELITIAN.....	35
A. Waktu dan Tempat Penelitian	35
1. Waktu Penelitian	35
2. Tempat Penelitian.....	35
B. Pendekatan Penelitian.....	36
1. Metode	36
2. Konstelasi Pengaruh antar Variabel.....	36
C. Populasi dan Sampling	37

1. Populasi	37
2. Sampel.....	38
D. Penyusunan Instrumen	38
1. Niat Mengunjungi Kembali (Variabel Z).....	39
a. Definisi Konseptual.....	39
b. Definisi Operasional.....	39
c. Kisi-kisi Instrumen Niat Mengunjungi Kembali.....	40
d. Validasi Instrumen Niat Mengunjungi Kembali.....	41
2. Kepuasan Pelanggan (Variabel Y).....	43
a. Definisi Konseptual.....	43
b. Definisi Operasional.....	43
c. Kisi-Kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan.....	44
d. Validasi Instrumen Kepuasan Pelanggan.....	45
3. Nilai yang Dirasakan Pelanggan (Variabel X).....	47
a. Definisi Konseptual.....	47
b. Definisi Operasional.....	47
c. Kisi-Kisi Instrumen Nilai yang Dirasakan Pelanggan	47
d. Validasi Instrumen Nilai yang Dirasakan	49
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Teknik Analisis Data.....	51

1. Uji Persyaratan Analisis	51
a. Uji Normalitas	51
b. Uji Linieritas	52
2. Persamaan Analisis Jalur.....	52
3. Uji Koefisien	55
a. Uji Koefisien Korelasi.....	55
b. Uji Koefisien Determinasi.....	56
BAB IV	57
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Deskripsi Data	57
1. Profil Responden.....	57
2. Profil Data.....	60
1) Data Niat Mengunjungi Kembali.....	60
2) Data Kepuasan Pelanggan	63
3) Data Nilai yang Dirasakan Pelanggan	66
B. Pengujian Hipotesis	69
1. Pengujian Persyaratan Analisis.....	69
a. Uji Normalitas	69
b. Uji Linieritas	70
2. Persamaan Analisis Jalur	73

a.	Menentukan Koefisien Jalur Berdasarkan Persamaan Struktur	73
b.	Menghitung Pengaruh Langsung Secara Individu.....	76
1)	Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhaap Kepuasan Pelanggan (Y)	76
2)	Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z) ..	77
3)	Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z).....	78
c.	Menghitung Pengaruh Tidak Langsung	79
d.	Menghitung Pengaruh Total	79
e.	Rangkuman Dekomposisi Koefisien Jalur	80
3.	Pengujian Koefisien.....	81
a.	Koefisien Korelasi	81
b.	Koefisien Determinasi	83
1)	Koefisien Determinasi Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	83
2)	Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z)	83
3)	Koefisien Determinasi Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z)	84
4)	Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan	84
C.	Pembahasan	85

1. Pengaruh Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	85
2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z).....	86
3. Pengaruh Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z)	88
4. Pengaruh Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z) melalui Kepuasan Pelanggan (Y)	89
BAB V.....	91
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	91
A. Kesimpulan.....	91
1. Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	91
2. Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali	92
3. Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali	92
4. Nilai yang Dirasakan Pelanggan terhadap Niat Mengunjungi Kembali melalui Kepuasan Pelanggan	93
B. Implikasi.....	93
C. Keterbatasan Penelitian	95
D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	96
1. Pemilik Restoran Fish Street.....	96

2. Peneliti Selanjutnya	97
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	105
Lampiran 1 – Kartu Konsultasi Bimbingan Penulisan Skripsi	105
Lampiran 2 – Format Saran dan Perbaikan Skripsi	106
Lampiran 3 – Kuesioner Awal Penelitian	107
Lampiran 4 – Kuesioner Uji Coba Penelitian	109
Lampiran 5 - Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali)	114
Lampiran 6 – Perhitungan Analisis Butir Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	115
Lampiran 7 – Data Perhitungan Validitas Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	116
Lampiran 8 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	117
Lampiran 9 - Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	118
Lampiran 10 - Perhitungan Analisis Butir Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	119
Lampiran 11 - Data Perhitungan Validitas Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	120

Lampiran 12 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	121
Lampiran 13 - Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	122
Lampiran 14 - Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	123
Lampiran 15 - Data Perhitungan Validitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	124
Lampiran 16 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	125
Lampiran 17 – Kuesioner Final Penelitian.....	126
Lampiran 18 – Data Mentah Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali)	131
Lampiran 19 - Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	134
Lampiran 20 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	135
Lampiran 21 - Skor Indikator Dominan Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	136
Lampiran 22 – Data Mentah Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) .	137

Lampiran 23 - Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	140
Lampiran 24 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan)	141
Lampiran 25 - Skor Indikator Dominan Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	142
Lampiran 26 – Data Mentah Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	143
Lampiran 27 - Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	146
Lampiran 28 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	147
Lampiran 29 - Skor Indikator Dominan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)..	148
Lampiran 30 - Data Mentah Variabel X, Y dan Z (Nilai yang Dirasakan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Niat Mengunjungi Kembali)	149
Lampiran 31 – Perhitungan Uji Normalitas	152
Lampiran 32 - Perhitungan Uji Linearitas	153
Lampiran 33 - Menentukan Koefisien Jalur Berdasarkan Persamaan per-Struktur.....	154

Lampiran 34 - Menghitung Pengaruh Langsung X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan)	155
Lampiran 35 - Menghitung Pengaruh Langsung Y (Kepuasan Pelanggan) terhadap Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	156
Lampiran 36 - Menghitung Pengaruh Langsung X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) terhadap Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	157
Lampiran 37 – Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	158
Lampiran 38 – Perhitungan Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan	159
Lampiran 39 - Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t	160
Lampiran 40 - Daftar Responden Uji Coba	161
Lampiran 41 – Daftar Responden Uji Final	162
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	166

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kondisi Kepuasan atau Ketidakpuasan Pelanggan.....	15
Gambar II.2 Penentu-penentu Nilai yang Diberikan ke Pelanggan	19
Gambar III.1 Kosntelasi Hubungan antara Variabel X, Y dan Z.....	37
Gambar IV.1 Grafik Histogram Niat Mengunjungi Kembali	62
Gambar IV.2 Grafik Histogram Kepuasan Pelanggan	65
Gambar IV.3 Grafik Histogram Nilai yang Dirasakan Pelanggan.....	68
Gambar IV.4 Diagram Jalur Hubungan Kausal Empiris Nilai yang Dirasakan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Niat Mengunjungi Kembali.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Persentase Banyaknya Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman menurut Lokasi Usaha dan Jenis Usaha, Tahun 2017.....	2
Tabel I.2 Hasil Analisis Pengalaman Responden tentang Nilai yang Dirasakan Pelanggan.....	5
Tabel I.3 Hasil Analisis Pengalaman Responden tentang Kepuasan Pelanggan	6
Tabel II.1 Tabel Hipotesis.....	33
Tabel III.1 Kisi-kisi Instrumen Niat Mengunjungi Kembali	40
Tabel III.2 Skala Penilaian Instrumen Niat Mengunjungi Kembali	41
Tabel III.3 Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan	44
Tabel III.4 Skala Penilaian Instrumen Kepuasan Pelanggan	45
Tabel III.5 Kisi-kisi Instrumen Nilai yang Dirasakan Pelanggan	48
Tabel III.6 Skala Penilaian Instrumen Nilai yang Dirasakan.....	48
Tabel III.7 Interpretasi Koefisien Korelasi	55
Tabel IV.1 Profil Profesi Responden	57
Tabel IV.2 Profil Usia Responden	58
Tabel IV.3 Profil Domisili Responden.....	58
Tabel IV.4 Profil Pendapatan Responden	59
Tabel IV.5 <i>Descriptive Statistics</i> Niat Mengunjungi Kembali	61
Tabel IV.6 Distribusi Frekuensi Niat Mengunjungi Kembali.....	61
Tabel IV.7 Rata-rata Hitung Skor Niat Mengunjungi Kembali	63
Tabel IV.8 <i>Descriptive Statistics</i> Kepuasan Pelanggan	64

Tabel IV.9 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan	64
Tabel IV.10 Rata-rata Hitung Kepuasan Pelanggan	65
Tabel IV.11 <i>Descriptive Statistics</i> Nilai yang Dirasakan Pelanggan	66
Tabel VI.12 Distribusi Frekuensi Nilai yang Dirasakan Pelanggan	67
Tabel IV.13 Rata-rata Hitung Nilai yang Dirasakan Pelanggan	69
Tabel IV.14 Uji Normalitas Menggunakan <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	70
Tabel IV.15 Uji Linieritas Variabel X terhadap Y	71
Tabel IV.16 Uji Linieritas Variabel Y terhadap Z	72
Tabel IV.17 Uji Linieritas Variabel X terhadap Z	73
Tabel IV.18 Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z).....	73
Tabel IV.19 Koefisien Jalur Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z)	74
Tabel IV.20 Koefisien Determinasi Nilai yang Dirasakan Pelanggan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Niat Mengunjungi Kembali (Z).....	75
Tabel IV.21 <i>Coefficients</i> Variabel X terhadap Y	76
Tabel IV.22 Koefisien Determinasi Variabel X terhadap Y	77
Tabel IV.23 <i>Coefficients</i> Variabel Y terhadap Z	77
Tabel IV.24 <i>Coefficients</i> Variabel X terhadap Z	78
Tabel IV.25 Rangkuman Dekomposisi Koefisien Jalur	80
Tabel IV.26 Uji Korelasi <i>Pearson</i> Variabel X, Y dan Z.....	81
Tabel IV..27. Koefisien Determinasi X terhadap Y	83

Tabel IV.28 Koefisien Determinasi Y terhadap Z	83
Tabel IV.29 Koefisien Determinasi X terhadap Z	84
Tabel IV.30 Koefisien Determinasi X dan Y terhadap Z.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Kartu Konsultasi Bimbingan Penulisan Skripsi	105
Lampiran 2 – Format Saran dan Perbaikan Skripsi	106
Lampiran 3 – Kuesioner Awal Penelitian	107
Lampiran 4 – Kuesioner Uji Coba Penelitian	109
Lampiran 5 - Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali)	114
Lampiran 6 – Perhitungan Analisis Butir Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali)	115
Lampiran 7 – Data Perhitungan Validitas Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali)	116
Lampiran 8 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali)	117
Lampiran 9 - Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan)	118
Lampiran 10 - Perhitungan Analisis Butir Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan)	119
Lampiran 11 - Data Perhitungan Validitas Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan)	120
Lampiran 12 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan)	121

Lampiran 13 - Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	122
Lampiran 14 - Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) ..	123
Lampiran 15 - Data Perhitungan Validitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)..	124
Lampiran 16 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	125
Lampiran 17 – Kuesioner Final Penelitian.....	126
Lampiran 18 – Data Mentah Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali)	131
Lampiran 19 - Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	134
Lampiran 20 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	135
Lampiran 21 - Skor Indikator Dominan Variabel Z (Niat Mengunjungi Kembali)	136
Lampiran 22 – Data Mentah Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan)	137
Lampiran 23 - Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	140
Lampiran 24 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan)	141
Lampiran 25 - Skor Indikator Dominan Variabel X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan).....	142

Lampiran 26 – Data Mentah Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	143
Lampiran 27 - Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	146
Lampiran 28 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	147
Lampiran 29 - Skor Indikator Dominan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	148
Lampiran 30 - Data Mentah Variabel X, Y dan Z (Nilai yang Dirasakan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Niat Mengunjungi Kembali)	149
Lampiran 31 – Perhitungan Uji Normalitas	152
Lampiran 32 - Perhitungan Uji Linearitas	153
Lampiran 33 - Menentukan Koefisien Jalur Berdasarkan Persamaan per-Struktur	154
Lampiran 34 - Menghitung Pengaruh Langsung X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) terhadap Y (Kepuasan Pelanggan)	155
Lampiran 35 - Menghitung Pengaruh Langsung Y (Kepuasan Pelanggan) terhadap Z (Niat Mengunjungi Kembali)	156
Lampiran 36 - Menghitung Pengaruh Langsung X (Nilai yang Dirasakan Pelanggan) terhadap Z (Niat Mengunjungi Kembali).....	157
Lampiran 37 – Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	158
Lampiran 38 – Perhitungan Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan	159
Lampiran 39 - Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t	160

Lampiran 40 - Daftar Responden Uji Coba 161

Lampiran 41 – Daftar Responden Uji Final 162

